# 以进化论为工具探讨传媒的本质及其发展规律
## ——“中国新闻传媒科技发展”沙龙实录

本刊记者：陈旭管

当前，传媒技术不断创新、媒介形态层出不穷，传媒工作者们都在忙于推动和实施媒体的融合发展。大家在开拓前行的同时，有时也需要回头望望，从传播媒介纷纭繁杂、随机变化的运动轨迹中，如何探究传媒的本质，进而揭示传媒的发展规律，以利于把握传媒科技的发展方向。《中国新闻传媒科技发展史话》一书通过梳理传媒发展演进史，提出“符号是传媒的基因”，“传媒的基因（即信息符号）变异及基因（即信息符号）复制机制的改善是传媒演进和迭代的源头等观点，试图为打开传媒演化的迷宫提供一把钥匙。



（中国新闻技术工作者联合会副理事长　李国华）

在中国新闻技术工作者联合会（以下简称“中国新闻技联”）与《中国传媒科技》杂志社联合主办的“中国新闻传媒科技发展”沙龙上，本书的两位作者“中国新闻技联”前理事长孙宝传与山东大众报业集团技术委员会副主任朱友芹，依据他们在编写该书中的心得体会，就以下议题与部分读者进行了探讨交流。



### 一、什么是传媒的本质?

所谓事物的本质，简而言之就是决定其运动规律的内部主要矛盾。作者通过梳理中国新闻传媒发展的历史，认为传媒的本质是传媒的传播能力（或传播力），正是人们日益增长的信息需求和不断求新的感知体验，与传媒传播力的不足及固有缺陷之间的矛盾运动，推动着传媒的发展和演进。



（中国新闻技术工作者联合会前理事长　孙宝传）

### 二、以史为鉴、可知兴替，那么用什么研究方法来审视传媒发展的历史?




（山东大众报业集团技术委员会副主任　朱友芹）

进化论是一种哲学思想和研究工具，作者试图采用进化论的思维方式和研究方法来梳理、审视和探讨传媒的演化及其规律。达尔文进化论尽管存在种种缺陷和质疑，但迄今为止，生物学家都不否认物种是进化而来的。

1865年孟德尔以数学模型研究遗传现象，预见了遗传基因的存在。达尔文进化论没有阐明遗传和变异的本质，现代进化论以基因作为研究对象，克服了这个缺点。更何况，进化论不仅仅是生物进化的理论，也是一种哲学思想和研究工具，它对于社会科学的影响远远超出了对于生物科学的影响。广义的进化，泛指事物的变化和发展过程，自然也可包括传播媒介的演进和迭代。因此作者认为，用进化论的研究方法来审视和探讨传媒发展史，是可行的选择之一。

## 三、人类传播发展史如何分段？

麦克卢汉认为传播媒介经历了“口语传播”、“书面语传播”和“电力传播”等三个时代是可以理解的，因为他所处的时代计算机还没有推广应用。加拿大物理学家、传播学家，罗伯特·洛根在《理解新媒介：延伸麦克卢汉》一书中对此进行了细化补充，把人类传播媒介发展历程划分为“非语言的模拟式传播时代”、“口语传播时代”、“书面传播时代”、“大众电力传播时代”和“互动式数字媒介或新媒介”等五个时代。国内有的学者，将媒介史分成口语媒介、文字媒介、印刷媒介、电子媒介和数字媒介五个发展阶段。

作者认为，体语、口语及借助他物的非语言传播都发生在还没有文字记载的“史前”时期，而且都是以人类自身的器官做主要的传播工具，因此，把它们归并为“史前传播阶段”；而将“数字传播阶段”划分为“数字传播”和“网络传播”两个阶段，因为尽管它们的符号系统都是数字符号，但它们的符号复制机制是不同的，传播效果也截然不同。据此，作者将人类传播的发展历史划分为“史前传播”、“文字传播”、“印刷传播”、“电磁传播”、“数字传播”和“网络传播”等六个发展阶段。

## 四、传播媒介是由两要素还是三要素构成？

人们通常认为，传播媒介是由信息符号和传播介质所构成的。其实，人类传播还有一个重要元素，即“渠道”。所谓“渠道”是指传播过程中连接传受双方的连接点或信息流通和扩散的通道。也许因为它同介质有相似的特性，因此，人们往往把它们混为一谈。在互联网时代，渠道的作用凸现了出来，而且非物质的人际连接(譬如“朋友圈”“粉丝”等）所占的分量大幅增加，于是业内人士做了如下的解释：“移动时代，传播媒介正在突破认知疆界。今天，‘连接’一词更多出现在视野中。如今的传播，已经不为任何一种实体的‘媒介’所限，而是信息、终端、人体的无限‘连接’。因此，在‘泛连接圈’的任何连接点与渠道，均可称之为‘传播介质’”。这种提法是与“传播介质”的物质属性是相悖的。作者认为，与其将“渠道”硬并入“介质”，还不如将“渠道”列为构成传播媒介的三大要素之一，即传播媒介由符号、介质和渠道构成，这样更能揭示出传媒的本质，让“渠道”在信息传播中的作用“正本清源”，也更好解释像“谁掌握了传播渠道，谁就拥有了用户”这样的传播现象，从而更加重视传播渠道的开拓和创新。

## 五、什么是传媒的“基因”？

按照生物进化的理论，科学家发现生物形体的进化主要源自于基因的变异，那么，传媒演化是否也主要源于传媒“基因”的变异？如是，那么传媒的“基因”又是什么？人类生来就是一个生命共同体，相互沟通是人类生存发展的必要条件之一，而沟通的前提就是人类可以“创造”和“使用”符号系统，人类社会就是建立在人们利用符号进行互动交流的基础之上的。生物遗传的本质是其遗传信息（基因）的复制，传媒传播的本质则是信息符号的复制。作者认为传媒的“基因”就是信息符号。

科学家发现基因变异是生物进化的源动力，与此相类似，传媒“基因”（即信息符号）的变异是传媒演进和迭代的源头。在人类传播史上，信息符号由肢体符号，先后“变异”为语言符号、文字符号、电磁符号、数字符号等，导致了口语媒介、文字媒介、电磁媒介和数字媒介等不同形态的传播媒介的相继产生，实现了体语传播、口语传播、文字传播、电磁传播、数字传播和网络传播的迭代。

科学家还发现了“基因整体复制”的事实，从而证明了“遗传信息复制也是生物进化的动力”，与此相类似，传媒基因（即信息符号）复制机制的改善也带来了传媒的迭代和发展。从文字传播到印刷传播，从数字传播到网络传播，其传媒的“基因”（信息符号）都没有变，但“基因”的复制机制变了。

由此作者强调指出，人类特有的符号系统是一把打开传播媒介演进迷宫的钥匙。

## 六、“传媒进化说”在当下有什么意义？

生物常规的育种方法，有传统的选择育种、诱变育种、杂交育种等，以及近些年发展起来的基因工程育种(包括转基因、基因编辑），其基本原理都基于基因突变或基因重组。与此相类似，传媒的创新也不外乎上述这几种方式，它们都可以从传媒演化中找到实例。

例如，现在大家讲得比较多的媒体融合发展，简言之，“融合”就是“杂交”“交合”之意。其实，在传播史上，每一种传播媒介的诞生都是不同想法（点子、创意乃至灵感）、不同技术、不同媒介“交合”的结果。媒体融合的关键是要实现不同传媒的基因（信息符号）重组、优势互补。新旧媒体只有相互交融、相互借鉴、相互吸纳、相互补充，使各自的优势最大化，才能实现共赢。正如习近平总书记多次强调的那样“融合发展关键在融为一

体、合而为一”，“尽快从相‘加’阶段迈向相‘融’阶段，从‘你是你、我是我’变成‘你中有我、我中有你’，进而变成‘你就是我、我就是你’，着力打造一批新型主流媒体”。

作者认为，在传媒创新中要力避“嫁接”陷阱。在在生物学中，嫁接是将一种植物体的芽或枝（接穗），接在另一种植物体（砧木）上，使它们长成一株完整的植物体，但它不涉及遗传基因的重组和改变，只是通过砧木的营养组织来实现品质的改良，不可能产生新的品种。在互联网发展初期，许多报社将新闻内容从报纸上搬到网页上，以为实现互联网化了，就是走了“嫁接”的弯路。中国移动多媒体广播（CMMB）之所以没有发展成为一种新的新闻传媒媒介，原因当然是多方面的，但没有与移动互联网实现真正的“基因重组”、“优势互补”，陷入了“嫁接”陷阱，是一个重要原因。



**七、从传媒进化的视角，如何看传媒未来的发展?**

信息技术的发展是无限的，传媒的演进也决不会就此止步。作者认为，人类信息传播的最后一公里并不是数字网络，最后的一个接力棒也并非为数字符号。我们的五官感受世界以后，把各种信息转化为生物电信号（神经信号），通过神经网络传递，集中到大脑，大脑经过加工处理，人就产生了各种感觉。但是我们不知道大脑是如何工作的。科学实验发现，两个相距很远（公里、光年甚至更远）没有任何关系的量子，一个出现状态变化，另一个几乎在相同的时间出现相同的状态变化，这就叫量子纠缠。量子纠缠是否存在于人的大脑里，存在于人类的认知世界里？我们不得而知。既然量子能纠缠，那么第六感也就可能存在。我们可以大胆设想，如果人类破译了自然人脑的秘密，一旦搞清了神经信号的符号密码和神经网络的传播机理，我们也许有可能通过生物基因技术与媒介技术的融合，构建人类的“脑网系统”，通过第六感，实现量子计算机与人脑之间、不同人脑之间的信息直接传送，人类传播或将进入量子符号和神经网络传播时代。媒